

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Konsep Dasar Video

2.1.1 Pengertian Video

Video adalah teknologi penangkapan, perekaman, pengolahan, dan penyimpanan, pemindahan, dan perekonstruksian urutan gambar diam dengan menyajikan adegan-adegan dalam gerak secara elektronik”. Video menyediakan sumber daya yang kaya dan hidup bagi aplikasi multimedia. Video merupakan gambar bergerak yang mempunyai tampilan visual dan audio, saat ini video telah mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan perkembangan teknologi yang ada. Video memiliki berbagai peran, selain sebagai sarana hiburan, video juga dapat berfungsi sebagai media pembelajaran.

2.1.2 Fungsi Video

Video merupakan salah satu media massa jenis elektronik yang berfungsi untuk menyampaikan informasi kepada audiens sasaran agar terjadi perubahan pengetahuan, sikap dan keterampilan (Kuswadi 1996). Terdapat beberapa unsur penting dalam media massa yaitu: (1) adanya sumber informasi; (2) isi pesan; (3) saluran informasi (media); (4) audiens sasaran (masyarakat); (5) umpan balik audiens sasaran (Karlinah 1996).

Video berfungsi untuk merekam informasi gambar dan suara dari sumber-sumber sinyal video kedalam pulsa-pulsa pita magnetik berlapis oksida kemudian informasi yang telah direkam dikonversi kembali kedalam bentuk gambar nyata pada layar monitor (Gozali 1986).

2.2. Motion Graphics

2.2.1. Sejarah

Perangkat-perangkat optik yang muncul di Eropa pada akhir abad ke-19 memeragakan fenomena *Persistence of Vision*, yaitu kemampuan mata untuk menyimpan suatu gambar selama sepersekian detik setelah gambar tersebut hilang.

Studi gerak pada hewan dan manusia yang dilakukan oleh Eadward Muybridge berperan sebagai alat bantu bagi visual artist/seniman visual untuk memahami pergerakan. Di Inggris, Lumiere bersaudara melakukan eksperimen

lebih lanjut dan menciptakan kamera-printer-projektor pertama yang di gunakan dalam dunia perfilman modern.

Di awal abad ke-20, para seniman mulai menolak representasi klasik dan keinginan untuk mengekspresikan ruang dalam istilah-istilah geometri. Banyak dari seniman-seniman tersebut ingin memproduksi animasi abstrak eksperimental yang mengeksplorasi teknik-teknik baru seperti *direct-on-film* dan *collage*.

Di tahun 1970-an, tokoh-tokoh seperti Stan Vanderbeek, John Whitney, dan Robert Abel mulai mengeksplorasi metode-metode animasi komputer dalam judul-judul film. Tahun 1950-an, pelopor desain grafis Saul Bass menjadi inovator judul film terkemuka di dunia perfilman.

Credit Sequence-nya yang menggugah bagi sutradara kenamaan seperti Hitchcock dan Preminger menarik perhatian publik dan bahkan dianggap sebagai miniatur film bagi film-film tersebut. Memasuki era 1960-an, animasi pembuat kartun *The Pink Panther* (1963) karya Friz Freleng dan grafik pembuka film klasik James Bond karya Maurice Binder menjadi *ikon pop culture*.

Pilihan kostum, tata panggung yang ganjil, judul-judul animasi yang pendek serta sudut kamera yang membingungkan telah menjadi tren dalam banyak desain. Pada tahun 1977, Richard Alan Greenberg dan saudaranya Robert mendirikan R/Greenberg Associates yang menjadikan reputasi mereka sebagai animasi pembuka gaya “terbang” pada tahun 1978 dengan film yang berjudul *superman*.

Banyak desainer-designer yang mengklaim bahwa *title sequence* merupakan terobosan untuk film klasik seperti *Dr. Strangelove* pada tahun 1964 yang merupakan karya dari desainer asal kuba, Pablo Ferro yang menggunakan *rappid-cut editing* dan gaya gambar tangan yang mempengaruhi apa yang dikenal sekarang sebagai “*MTV Style*” dalam industri televisi.

Terpengaruh Oleh Pablo Ferro dan Saul Bass, Kyle Cooper ialah salah satu grafik desainer pertama yang membentuk ulang industri konservatif *motion picture* dengan memperkenalkan trend desain cetak yang menyertakan komputer untuk menggabungkan proses digital dan konvensional. Pada tahun 1995, *opening credits* dalam film psikologi thriller *Se7en* karya David Fincher dengan cepat menyedot perhatian massa dan hingga saat ini dipandang sebagai tonggak batas dalam sejarah industri *Motion Graphic*.

Teknik-teknik awal sinematik yang digunakan dalam film-film eksperimental *avant-garde* (pelopor seni) dan *title sequence* mulai di adaptasi ke dalam industri televisi.

Harry Marks, yang pada masa itu bekerja untuk stasiun TV ABC, menciptakan ide logo yang bergerak dan menyewa Douglas Trumbul, yang merupakan perintis *special effects* dalam film 2001: *A Space Odyssey* (1968), untuk membantunya merancang sekuen gerakan untuk acara ABC, *Movie of The Week*, yang telah memukau para penonton nasional dan membawa perubahan besar dalam revolusi desain grafis.

2.2.2. Definisi Motion Graphic

Hingga saat ini, *Motion Graphics* telah menjadi salah satu aplikasi yang telah banyak di gunakan. Menurut beberapa ahli, mereka mempunyai beberapa pengertian tentang *Motion Graphics*. Pengertian tersebut antara lain:

1. Seni dari *Motion Graphics* adalah kedinamisan dari nama yang di berikan. memberikan kehidupan kepada gambar dan tulisan dan merekam mereka menjadi sebuah pesan yang ingin di sampaikan kepada penontonnya. *Motion Graphics* adalah teks, gambar, atau kombinasi dari keduanya yang bergerak dalam ruang dan waktu, menggunakan pergerakan dan ritme untuk mengkomunikasikannya. *Motion Graphis* digunakan dalam tv dan film untuk membantu memperkenalkan ceritanya (Gallagher dan Paldy, 2007, hlm. 3).
2. *Motion Graphics* adalah kepuasan dalam mengeksekusi ide dengan campuran yang tepat antar gambar dan suara yang menyentuh emosi dan dapat menggerakkan seseorang (Dickinson, 2010).
3. *Motion Graphics* adalah grafik yang menggunakan footage dari video atau teknologi animasi untuk menciptakan ilusi dari motion atau gerakan dan biasanya di kombinasikan dengan audio untuk digunakan dalam proyek multimedia (Betancourt, 2012).

2.2.3. Produksi

Menurut Slembrouck (2012), ada beberapa proses produksi dalam *Motion Graphics*, antara lain:

1. Konsep Awal

Konsep awal merupakan apa yang akan diceritakan video tersebut dan mengidentifikasi sebuah ide yang akan ditonton oleh penonton, dan menggambarkan *point-point* yang membantu.

2. *Script Writing*/ Penulisan Naskah

Dimulai dari gambaran kasar dari narasi cerita, yang dimana kemudian akan diterjemahkan secara objek visual dan pergerakan, *voiceover*, efek suara, dan musik. Dalam sebuah video, waktu sangatlah terbatas. Semakin singkat semakin baik. Lebih baik dapat menyampaikan pesan dalam waktu 30 detik, sedangkan 60 detik masih bisa diterima, dan 90 detik merupakan rekomendasi maksimum dalam penyampaian pesan. Yang mesti diingat dimana waktu yang sangat terbatas di video: semakin singkat semakin baik. Bila dapat menyampaikan pesan dalam waktu 30 detik, itu fantastis, 60 detik masih di terima sedangkan 90 detik rekomendasi maksimum dalam penyampaian pesan. Akan sangat membantu dimengerti apabila penunjukan emosional dan keyakinan adalah faktor yang signifikan dalam membawa penonton kedalam aksi. Semua haruslah diperhitungkan.

3. *Storyboard*

Ini adalah langkah awal untuk membuat visual dan suara dimana berdasarkan koresponden dari skrip. Gambaran dari semua momen yang diperlukan dalam skrip, yang dikenal sebagai “*Style Frame*”. Lalu tuliskan deskripsi singkat dari scene dan semua narasi, suara, atau teks yang diperlukan dalam moment tersebut.



Gambar 2.1. Contoh Storyboard

(<http://image.slidesharecdn.com/film-101108150631-phpapp02/95/basic-film-ppt-10-1024.jpg>)

4. *Sound (Voiceover, Musik dan Sound Effects)*

Voiceover melibatkan proses casting sama seperti memilih aktor untuk pertunjukan TV, dimana akan diaudisi dengan merekam suara saat mereka membaca skripnya. Suara aktor tersebut mungkin akan berulang kali melalui pembacaan yang berulang-ulang karena perubahan intonasi, *mood*, dan ketebalan suaranya.

5. *Animation*

Proses animasi ini, dimana semua bagian-bagian mulai digabungkan bersama. Animator akan mencoba melakukan animasi secara satu atau dua gaya gambar dalam melalui gaya visual yang ditentukan. Ini merupakan draft kasar dan kesempatan untuk mendapat *feedback* sebelum pekerjaan animasi sebenarnya dikerjakan dan untuk meminimalisir juga banyaknya revisi nantinya. Setelah itu barulah animasi dibuat secara penuh. Komisioner akan melihat keseluruhan draft dari animasi termasuk *voice over*, dan adanya kemungkinan mereka melakukan perubahan kecil. Setelah animasi diselesaikan, waktu akhir, *voice over*, musik, dan suara akan dimasukan dan secara perlahan diletakan untuk melengkapi proyek tersebut.

2.2.4 Prinsip dalam Motion Graphic

Dalam buku “Eksploring Motion Graphic”, Gallagher & Paldy (2007) mengatakan bahwa setiap desain memiliki susunan visual yang digunakan untuk mengarahkan *audiens* pada suatu pesan dan membantu mereka untuk memahami informasi terpenting yang ingin disampaikan desain tersebut. Pembeda yang jelas antara informasi primer dan informasi lainnya merupakan indikasi adanya susunan visual yang kuat. Pentingnya informasi akan menentukan elemen mana yang akan ditonjolkan dan bagaimana informasi tersebut akan dituliskan dalam suatu desain.

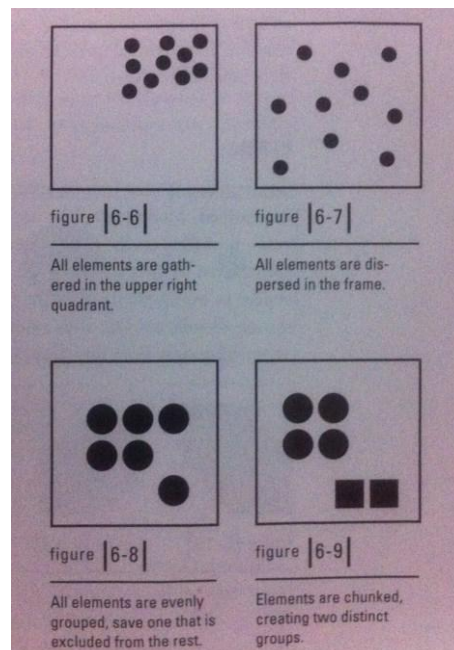
1. *Composition*

Dalam mendesain komposisi, keputusan untuk menentukan bagaimana elemen, tipografi, gambar, dan visual akan dikelompokkan bersama akan menentukan tata letak keseluruhan

Pengelompokkan semua elemen ke dalam 1 kuadran disebut dengan *Gathering*. Adanya pergerakan merupakan suatu implikasi, tergantung pada bagaimana dan mengikuti bentuk apa elemen-elemen tersebut dikelompokkan. Elemen-elemen mungkin tampak terbang keluar *frame* atau trjun ke dalam frame. Susunan elemen yang berbeda dapat digunakan untuk ilusi viaual.

Dispersion nampak ketika elemen-elemen disebarkan dalam *frame*, elemen yang diatur dalam dispersi akan tampak kacau dan tidak teratur. Untuk membawa audiens ke dalam desain dan menciptakan titik fokus dalam kumpulan gambar yang tampak tidak beraturan, gunakan warna yang berbeda untuk membuat suatu elemen menjadi lebih menonjol daripada yang lain.

Exclusion adalah ketika semua elemen dikelompokkan bersama, kecuali satu. Satu elemen tersebut dikucilkan dari yang lain, sehingga menjadi titik fokus. *Chunking* merupakan suatu istilah untuk mengelompokkan elemen-elemen bersamaan. Istilah ini digunakan untuk membantu *audiens* menyimpan suatu informasi. Elemen-elemen gambar dapat dikelompokkan bersama berdasarkan bentuk, warna, ukuran, atau jenis tulisan.

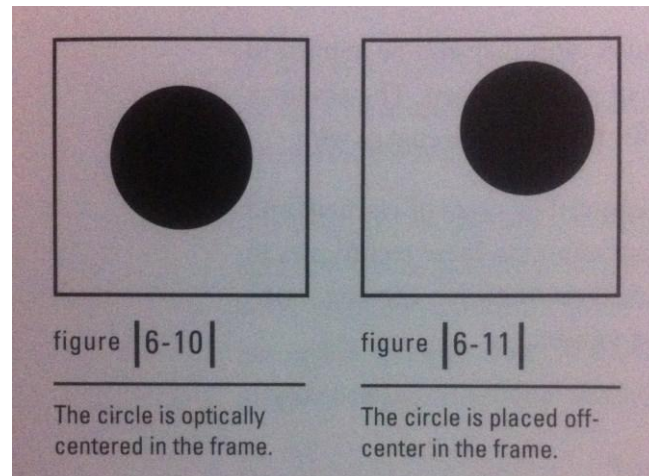


Gambar 2.2. Gathering, Dispersion, Exclusion, Chunking

(Exploring Motion Graphics, 2007)

Istilah *optical center* mengacu pada titik tengah natural yang selalu kita lihat dalam sebuah desain. Ketika titik tengah diukur dan sebuah objek ditempatkan pada titik tersebut, seringkali objek tersebut akan tampak terlalu rendah dan *off-center*. Ketika membuat sebuah komposisi dimana titik fokusnya berada di tengah desain, ingatlah pada *optical center* dan geserlah elemen fokus pada desain tersebut sedikit ke atas.

Titik fokus yang ditempatkan di salah satu sisi atau salah satu sudut *frame* akan tampak *off-center*. Membuat komposisi dengan titik fokus *off-center* menimbulkan kesan jenaka dan menyenangkan. Desain tersebut tidak akan nampak kaku, melainkan enerjik.



Gambar 2.3. Optical Center dan Off-Center
(Exploring Motion Graphics, 2007)

Apa yang membuat sebuah komposisi nampak kuat? Walaupun selera kita bersifat subjektif, mengikuti prinsip desain grafis dalam membuat komposisi akan menghasilkan *Motion Graphic* dengan susunan visual yang menarik dilihat. Tiap elemen yang ada pada layar tidak hanya dilihat dari

kualitas individualnya, melainkan bagaimana elemen tersebut saling berinteraksi satu sama lain.

2. *Frame*

Komposisi mengatur apa yang dilakukan objek-objek di dalam *frame*. Bagaimana objek bergerak dalam frame harus ditentukan. *Motion Graphic* terbentuk dari individual frame, tiap-tiap frame merepresentasikan suatu waktu pada bidang 2 dimensi suatu layar. Komposisi pada *frame* dibatasi oleh 4 sisi: kiri, kanan, atas, dan bawah.

Desain *Motion Graphic* dibatasi oleh teknologi yang ada, bentuk *frame* akan ditentukan oleh alat yang digunakan oleh pemakainya. *Frame* desain untuk web, TV, dan video akan selalu horizontal karena lebih banyak monitor yang melebar, bukan meninggi. Saat kita mendesain untuk PDA dan handphone, *frame* akan vertikal mengikuti bentuk fisik PDA dan handphone.

Elemen-elemen yang disusun rapi di dalam *frame* dengan jarak tertentu dari batas menimbulkan kesan tenang, terkendali, dan teratur. Jika elemennya terlalu kecil dan ditempatkan jauh dari batas frame dengan sisa tempat yang masih banyak, desain tersebut akan menimbulkan kesan jauh dan tidak terhubung.

3. *Flow*

Ketika kita membaca pergerakan *Motion Graphic* dan bagaimana kita merasakan desain tersebut. Apakah elemen-elemen dan *frame* terlalu cepat lewat? Apakah *Motion Graphic* nya menampilkan informasi dengan kecepatan yang cukup lambat? Apakah alur nya diisi oleh terlalu banyak informasi? Apakah ada tampilan informasi yang tiba-tiba memperlambat kecepatan audiens untuk mengerti pesan yang ada?

Jika demikian, ada sesuatu pada desain tersebut yang membuat pembaca tiba-tiba berhenti dan harus berpikir ekstra untuk menerjemahkan informasi tersebut. Artinya, alur desain telah terganggu. Bagaimana kita menyusun *frame* dan membuat transisi diantaranya mempengaruhi alur pembaca untuk mengerti desain kita serta dapat menimbulkan efek emosional bagi pembaca. Kita dapat menyambung komposisi dan *frame* melalui gaya transisi.

4. *Transition*

Sebuah transisi instan dari satu sumber elemen ke sumber lain disebut dengan *cut*. Ini merupakan standar transisi yang seringkali dipakai dan harus nampak tidak terputus. Ketika digunakan dengan benar, penonton tidak akan menyadari adanya pergantian sumber elemen. Ketika mengaplikasikan suatu *cut*, sumber kedua harus memiliki informasi yang baru.

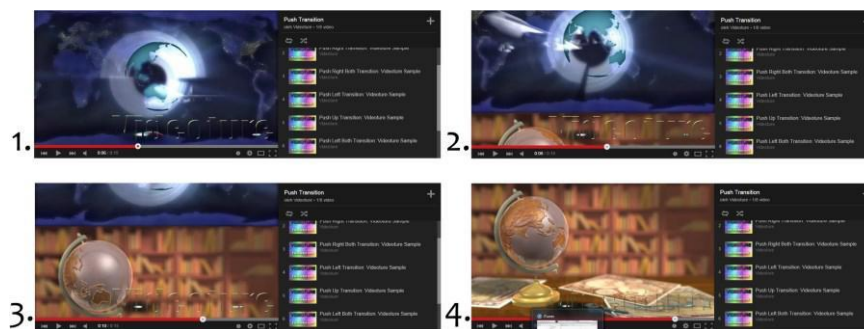
Sebuah *dissolve* dibuat ketika dua sumber yang saling tumpang-tindih diubah tingkat transparansinya. Sumber yang satu akan menjadi semakin nampak ketika sumber yang lain menjadi semakin transparan. Dengan kata lain, sumber pertama lama-lama melebur menjadi sumber kedua. Transisi ini sangat nampak terlihat dan seharusnya digunakan ketika faktor visual kedua sumber saling mendukung satu sama lain, sehingga ketika terjadi *overlap* tidak menimbulkan visual yang kontradiktif.



Gambar 2.4. Dissolve Transition
(<http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/b/bd/Dissolve.jpg/257px-Dissolve.jpg>)

Transisi *push* adalah ketika satu sumber didorong keluar layar oleh sumber kedua. Dorongan dapat berasal dari sisi manapun: atas, bawah, kanan, atau kiri. Tergantung pada arah dorongannya, transisi ini akan menimbulkan kesan berbeda pada *audiens*. Dorongan dari atas bersifat menindas, memaksa sumber pertama keluar dari layar. Dorongan dari bawah memiliki kesan yang lebih ringan, mendorong sumber pertama keluar layar untuk menampilkan informasi yang baru. Dorongan dari kiri bersifat natural karena kita membaca

dari sebelah kiri. Dorongan dari kanan bersifat dinamis karena pergerakannya melawan arah biasanya kita membaca.

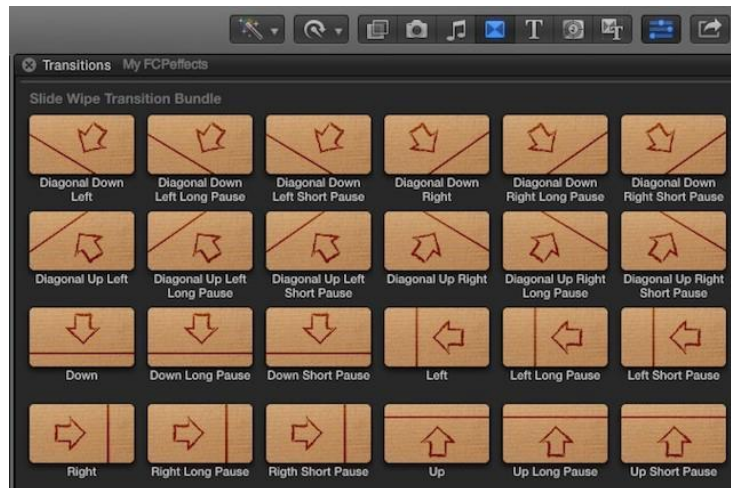


Gambar 2.5. Push Transition
(https://www.youtube.com/watch?v=HyyVHLLOLxI&list=PL-fo4GkdZ_HhL970bI2rGZL75iucA8ytO&index=1)

Transisi *slide* sangat menyerupai transisi *push*. Perbedaannya adalah pada transisi *slide*, sumber pertama bersifat statik sementara sumber kedua bergeser masuk ke layar. Sumber kedua boleh bergeser dari arah mana saja. Ketika sumber kedua bergeser dari kanan atau kiri, sumber tersebut tampak menyelinap untuk menggantikan tempat sumber pertama. Ketika sumber kedua bergeser dari atas, sumber tersebut nampak menutupi sumber pertama, seperti menurunkan jendela. Ketika sumber bergeser dari bawah, sumber tersebut tampak menutupi sumber pertama, namun memiliki kesan lebih halus, seperti menyelimuti seseorang yang akan tertidur.

Transisi *wipe* digunakan untuk menyingkap atau mengaburkan sumber satu dari yang lain. Standar transisi *wipe* berbentuk segi empat, lingkaran, atau bentuk geometri lainnya. Sumber pertama akan ditutupi oleh sumber kedua sebagai bentuk lingkaran yang melebar dari tengah. Transisi *wipe* sangat sering dipraktekkan dan biasanya merupakan standar transisi dalam berbagai *software Motion Graphic*. *Wipe key*, atau yang sering disebut *moving matte*, digunakan untuk menciptakan ilusi bahwa sebuah objek pada suatu sumber

menyingkapkan sumber kedua. Sebagai contoh, ketika ujung marker digerakkan pada frame, garis tersebut kemudian menyingkapkan sumber kedua seolah sumber tersebut dilukiskan dalam layar.



Gambar 2.6. Wipe Transition

(http://cdn.shopify.com/s/files/1/0093/0892/files/slide_wipe_thumbnail_screenshot.jpg)

Selain gaya transisi dasar, kita mungkin dapat bereksperimen dengan transisi kompleks yang melibatkan *compositing* dan *layering*. *Compositing* mengacu pada penggunaan elemen-elemen dari beragam sumber termasuk gambar, tulisan, objek, dan suara. *Layering* merupakan urutan di mana elemen-elemen tersebut dimunculkan ke dalam layar. Banyak *software Motion Graphics* memiliki transisi *custom* yang bisa digunakan.

Beberapa transisi, seperti *flare* atau *glow*, memerlukan dua sumber ditambah efek spesial yang diaplikasikan ke suatu titik potong. Transisi lainnya seperti *overlay*, memerlukan kedua sumber untuk ditambah sumber ketiga yang ditambahkan pada titik transisi kedua sumber.

Page turn merupakan transisi populer yang sering digunakan di video dan web. Transisi ini menimbulkan efek menyerupai halaman buku yang dibaca. Ketika diaplikasikan ke dalam sebuah web, biasanya pembaca diberikan akses untuk mengendalikan halaman-halaman agar bisa dibalik layaknya ketika membaca buku. Bagaimana kita mengaplikasikan transisi ini ke dalam *Motion Graphic*, seberapa cepat, seberapa transparan, dan dengan sumber apa akan memberikan kesan emosional pada video kita.



Gambar 2.7. Page Turn Transition(<http://i39.tinypic.com/a14q9s.jpg>)

5. *Texture*

Tekstur visual diciptakan ketika kita menggunakan warna dan pola tertentu untuk menimbulkan ilusi suatu tekstur. Tekstur dapat digunakan sebagai elemen desain atau untuk memunculkan kesan kedalaman dan dimensi, serta menambah keindahan visual pada suatu desain.

Tekstur seharusnya diaplikasikan dengan pertimbangan yang setimpal dengan penggunaan warna. Tekstur yang berbeda menimbulkan respon emosional yang berbeda. Tujuan penggunaan tekstur adalah untuk menciptakan ilusi bahwa audiens dapat menyentuh dan merasakan desain tersebut secara nyata. Textur yang lembut dan berkilau yang dibuat nampak seperti logam yang dipoles akan menimbulkan kesan dingin karena permukaan logam sebenarnya seringkali dingin ketika disentuh.

Tekstur yang didesain dengan sudut yang runcing akan membuat audiens menjauh karena ketika kita menjumpai benda runcing, respon kita adalah untuk menjauhi atau tidak menyentuhnya. Tekstur yang didesain dengan beragam transparansi nampak seperti asap atau awan. Tergantung pada warnanya, tekstur ini dapat menimbulkan beragam reaksi karena hubungannya dengan dunia nyata. Warna gelap akan membuat audiens merasa tertekan, seperti asap sedangkan warna terang membuat audiens merasa bebas, seperti melihat awan di lapangan terbuka.

Kita otomatis membaca tekstur walaupun desain kita nampak pada permukaan digital.

6. *Sound*

Kita merespon secara emosional apa yang kita dengar dan memberikan efek tersebut pada hal-hal yang kita lihat. Suara yang dipilih oleh desainer dalam *Motion Graphic* harus mendukung emosi pesan yang akan disampaikan.

Perubahan suara yang paling minor pun mempengaruhi emosi kita. Ketika aku menuliskan kuku pada papan tulis, apa yang kamu dengar? Bagaimana perasaanmu? Apakah kamu merinding ketika kamu memikirkan tentang hal itu? Suara adalah elemen yang paling kuat dalam *Motion Graphic*, dan sama pentingnya dengan tipografi dan warna.

7. *Emotion*

Cara terbaik untuk membuat pesan yang berkesan adalah dengan membuat koneksi emosional. Kebanyakan dari kita mengingat potongan-potongan hal yang kita lihat dan dengar namun dengan banyaknya hal yang kita lihat setiap hari, kebanyakan dari informasi yang kita peroleh telah kita saring keluar. *Audiens* mungkin mengingat potongan adegan, *jingle*, aktor, atau *tagline* sebuah produk; namun semua itu tidak penting jika mereka tidak mengingat inti pesannya –produk atau jasa yang kita jual.

Sebagai desainer komunikasi visual yang menggunakan *Motion Graphic*, sudah menjadi pekerjaan kita untuk membawa pesan yang berkesan dalam waktu yang pendek. Kita dikondisikan untuk merespon emosi dan mempengaruhi komunikasi kita dengan emosi.

Untuk meyakinkan *audiens* untuk membeli pesan yang kita sampaikan, dibutuhkan kadar emosi yang pantas. Jika kamu mendesain *station ID* untuk kalangan intelek dan canggih, namun menggunakan emosi yang bersifat jenaka, dengan warna-warna terang dan jenis tulisan yang bulat dan gemuk, kamu tidak akan sukses mengkomunikasikan pesan *station ID* tersebut. Elemen yang mengena pada kalangan serius adalah warna gelap dan jenis tulisan yang tidak terlalu gemuk dengan *serif typeface*. Setiap *Motion Graphic* memiliki emosi tersendiri.

8. *Inspiration*

Tiap desainer memperoleh inspirasi dengan cara yang berbeda-beda. Inspirasi dapat ditemukan di sekeliling kita, lewat desain lain, karya seni, musik, cerita, desain furnitur, alam, dan lain-lain. Kebanyakan desainer memiliki beragam buku desain yang seringkali mereka gunakan sebagai inspirasi. Hanya melihat sesuatu dapat menginspirasi ide baru. Salah satu saranku adalah memiliki sebanyak mungkin gambar, tulisan, atau objek yang menarik yang dapat digunakan sebagai referensi ketika mencari ide baru.

2.3. **Promosi**

Menurut Hasan (2009:10), promosi adalah fungsi pemasaran yang fokus untuk mengkomunikasikan program-program pemasaran secara *persuasive* kepada target pelanggan-calon pelanggan (*audience*) untuk mendorong terciptanya transaksi pertukaran antara perusahaan dan *audience*. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Pentingnya promosi dapat digambarkan lewat perumpamaan bahwa pemasaran tanpa promosi dapat diibaratkan seorang pria berkacamata hitam yang dari tempat gelap pada malam kelam mengedipkan matanya pada seorang gadis cantik di kejauhan. Tak seorang pun yang tahu apa yang dilakukan pria tersebut, selain dirinya sendiri.

Menurut Basu Swastha dan Handoko (2008) dalam promosi merupakan insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari suatu produk atau jasa. Menurut Stanson dalam Angipora dalam Bulaeng (1998), promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabelvariabel periklanan, penjualan personal dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. Menurut Lamb, Hair, Mc-Daniel Bulaeng (1998), promosi adalah komunikasi dari para penjual yang menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon. Menurut Fandy Tjiptono (2004), bauran promosi tradisional meliputi berbagai metode untuk mengkomunikasikan manfaat jasa kepada potensial dan aktual.

Metode-metode tersebut terdiri atas periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan dan hubungan masyarakat. Promosi menunjuk pada berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kebaikan produknya dan membujuk para pelanggan dan konsumen sasaran untuk membeli produk tersebut. Sehingga dapat disimpulkan mengenai promosi yaitu dasar kegiatan promosi adalah komunikasi perusahaan dengan konsumen untuk mendorong terciptanya penjualan. Kegiatan promosi dewasa ini dirasakan semakin penting dan dibutuhkan. Hal ini terjadi karena adanya jarak antara produsen dan konsumen yang bertambah jauh dan jumlah pelanggan potensial yang bertambah banyak serta adanya perantara. Dengan adanya perantara ini maka perusahaan tidak lagi untuk berkomunikasi dengan konsumen.

2.4 Pengertian Wisatawan

Wisatawan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari dunia pariwisata. Wisatawan sangat beragam, tua-muda, miskin-kaya, asing-nusantara, semuanya mempunyai keinginan dan juga harapan yang berbeda. Jika ditinjau dari arti kata “wisatawan” yang berasal dari kata “wisata” maka sebenarnya tidaklah tetap sebagai pengganti kata “*tourist*” dalam bahasa Inggris. Kata itu berasal dari bahasa Sanskerta “wisata” yang berarti “perjalanan” yang sama atau dapat disamakan dengan kata “travel” dalam bahasa Inggris. Jadi orang melakukan perjalanan dalam pengertian ini, maka wisatawan sama artinya dengan kata “traveler” karena dalam bahasa Indonesia sudah merupakan kelaziman memakai akhiran “wan” untuk menyatakan orang dengan profesinya, keahliannya, keadaanya, jabatannya dan kedudukan seseorang. Adapun pengertian wisatawan antara lain:

- 1) Menurut Smith (2009), menjelaskan bahwa wisatawan adalah orang yang sedang tidak bekerja, atau sedang berlibur dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang lain.
- 2) Menurut WTO (2009), membagi wisatawan kedalam tiga bagian yaitu:
 - a) Pengunjung adalah setiap orang yang berhubungan ke suatu Negara lain dimana ia mempunyai tempat kediaman, dengan alasan melakukan pekerjaan yang diberikan oleh Negara yang dikunjunginya.

- b) Wisatawan adalah setiap orang bertempat tinggal di suatu Negara tanpa memandang kewarganegaraannya, berkunjung kesuatu tempat pada Negara yang sama untuk waktu lebih dari 24jam.
- c) Darmawisata atau *excursionist* adalah pengunjung sementara yang menetap kurang dari 24jam di Negara yang dikunjungi, termasuk orang yang berkeliling dengan kapal pesiar.

Wisatawan menurut sifatnya (2009):

- 1) Wisatawan modern Idealis, wisatawan yang sangat menaruh minat pada budaya multinasional serta eksplorasi alam secara individual.
- 2) Wisatawan modern Materialis, wisatawan dengan golongan Hedonisme (mencari keuntungan) secara berkelompok.
- 3) Wisatawan tradisional Idealis, wisatawan yang menaruh minat pada kehidupan social budaya yang bersifat tradisional dan sangat menghargai sentuhan alam yang tidak terlalu tercampur oleh arus modernisasi.
- 4) Wisatawan tradisional Materialis, wisatawan yang berpandangan konvensional, mempertimbangkan keterjangkauan, murah dan keamanan.

2.5 Objek Wisata

Kabupaten Lahat mempunyai potensi pariwisata yang sangat bedar dan dapat dikembangkan dalam rangka pencapaian tujuan dalam mempromosikan kepariwisataan di daerah ini dengan video promosi pariwisata. Berikut ini beberapa tempat wisata yang saya bahas dalam video promosi :

1. Curup Perigi

Curup Perigi terletak di desa peregi untuk mencapai ke lokasi ini anda bisa menggunakan kendaraan menuju desa Lubuk Sepang yang berjarak 20 km dari pusat Ibukota Lahat kemudian menyeberangi sungai lematang melewati jembatan gantung sepanjang 100 meter.

2. Curup Panjang

Curup Panjang terletak di desa Tinggi Hari kecamatan Gumay ulu, Kabupaten Lahat, Sumatera Selatan. Kawasan curup panjang merupakan wisata air terjun yang unik karena berada di kawasan kompleks megalitikum, yaitu kawasan situs purbakala berusia ribuan tahun. Air terjun ini berada di antara tengah tebing yang terlihat sangat menarik, dan mempunyai ketinggian kurang lebih 50-60 meter dengan di kelilingi pepohonan besar menambah keindahannya.

3. Green Canyon

Green Canyon terletak di Hulu Curup Panjang, tepatnya di desa Pulau Pinang, Kecamatan Pulau Pinang, Kabupaten Lahat. Membutuhkan waktu sekitar 15 menit untuk menuju green canyon dan wisata ini masih satu area dengan objek wisata Curup Panjang.

4. Curup Sambar Nyawe

Curup Sambar Nyawe ini terletak di Desa Tanjung Payang di seberang Sungai Lematang. Untuk mencapai Lokasi ini menempuh perjalanan selama kurang lebih 1 jam, akses jalan kelokasi wisata ini cukup baik dan sudah beraspal melewati jembatan benteng yang berada di desa tanjung Payang .

5. Curup Maung

Curup Maung terletak di Desa Rindu Hati Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat. Tiba dilokasi kita harus tracking selama 30-40 menit menuruni medan terjal dengan kemiringan lebih dari 45 derajat.

2.6 After Effect CC 2015

Adobe After Effects adalah salah satu software compositing yang populer dan telah digunakan secara luas dalam pembuatan video, multimedia, film dan web. *After Effects* terutama dipakai dalam penambahan efek khusus seperti efek petir, hujan, salju, ledakan bom, dan efek khusus lainnya. *After Effects* telah membantu para praktisi perfilman Hollywood dalam menghasilkan film-film dengan efek khusus yang spektakuler. *Spawn*, *Titanic*, *Deep Rising*, *The Jackal* adalah beberapa judul film yang telah memanfaatkan potensi *After Effects*.

Adanya kesamaan interface antara *After Effects* dengan keluarga *Adobe* yang lain seperti *PhotoShop* memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam pemakaiannya. Integrasi *After Effects* bersama dengan *PhotoShop*, *Illustrator*, dan *Premiere* akan menghasilkan karya yang sebelumnya sulit dibayangkan untuk diwujudkan.

Beberapa fitur yang terdapat di adobe after effects diantaranya :

1. Preset yaitu ukuran yang akan digunakan pada project anda (kalau anda memilih preset maka akan mempengaruhi “*Width And Height*” secara otomatis akan muncul sesuai yang anda pilih) misalnya anda mau membuat project untuk tune televisi atau periklanan televisi maka anda harus menggunakan (PAL D1/DV Square Pix, 768 x 576), apabila untuk pembelajaran dapat menggunakan ukuran (Medium, 320 x 240) Pixel Aspect Ratio gunakan “Square Pixels”.
2. Frame Rate yaitu perhitungan frame per second artinya misalnya anda menggunakan 30 FPS jadi anda dalam satu detik menggunakan 30 gambar, tapi standar Televisi Indonesia menggunakan 25 FPS Jepang juga menggunakan 25 FPS untuk pembuatan film kartun.
3. Resolution yaitu untuk menentukan hasil gambar yang akan dibuat nantinya, didalamnya terdapat berbagai pilihan diantaranya, *Full, Half, Third, Quarter*, dan Custom. Ini juga mempengaruhi besar kecilnya RAM. Apabila kita menggunakan RAM yang standar misalnya 128 maka kita dapat memilih resolution “Full” tapi dengan catatan tidak menggunakan image yang banyak, karena dapat menambah berat ketika pengerjaan.
4. *Start Time Code* yaitu jika anda mengakses project dengan menulis 0.00.01.00, maka pembuatan project anda akan mulai pada menit ke 1.
5. *Duration* yaitu untuk menentukan akhir waktu project yang dikerjakan (perlu diketahui dalam suatu periklanan 1 detik saja adalah uang maka harus berhati-hati dalam memperhitungkan ini, jika perusahaan televisi meminta untuk membuat project 15 detik maka anda harus membuatnya tepat 15 detik, tidak boleh lebih atau kurang).
6. *Anchor Point* yaitu untuk menggeser image tetapi tidak berjalan.
7. *Position* yaitu untuk menggeser dari arah samping kanan atau kiri atau juga bisa dari atas kebawah.
8. *Scale* yaitu untuk mengecilkan atau memperbesar image.
9. *Rotation* yaitu untuk membuat image berputar.
10. *Opacity* yaitu untuk mengatur image menjadi transparan.

Jendela tool didalam *After Effects* anatara lain, *selection tool(v)*, *rotation tool(w)*, *orbit camera tool(c)*, *brush tool(ctrl+b)*, *clone stamp tool(ctrl+b)*, *eraser tool(ctrl+b)*, *pen tool(g)*, *hand tool(h)*, dan banyak yang lainnya.

2.7 Photoshop Cs6

Pengertian Adobe Photoshop adalah sebuah perangkat lunak editor citra buatan Adobe Systems yang dikhususkan untuk pengeditan foto/gambar dan pembuatan efek. program adobe photoshop merupakan program pengeditan foto/gambar yang sangat digemari orang. Perangkat lunak ini banyak digunakan oleh fotografer digital dan perusahaan iklan sehingga dianggap sebagai pemimpin pasar (*market leader*) untuk perangkat lunak pengolah gambar/foto, dan, bersama *Adobe Acrobat*, dianggap sebagai produk terbaik yang pernah diproduksi oleh *Adobe Systems*.

Keunggulan dari *Adobe Photoshop* ini adalah dapat memodifikasi foto secara profesional baik meliputi modifikasi obyek yang sederhana maupun yang sulit sekalipun, hal ini dikarenakan program *adobe photoshop* mempunyai tool dan efek yang lengkap sehingga dapat menghasilkan gambar atau foto yang berkualitas tinggi.

2.8 Adobe Premiere Pro Cc 2017

Program *Adobe Premiere* adalah bagian dari *Adobe Creative Suite*, sebuah rangkaian dari desain grafis, video editing, dan pengembangan aplikasi web yang dibuat oleh *Adobe Systems*. Premiere Pro mendukung banyak kartu video editing dan plug-in untuk percepatan proses, tambahan mendukung format file, dan video / audio efek. Premiere Pro Cc 2017 adalah versi pertama yang akan dioptimalkan untuk 64-bit sistem operasi meskipun tidak natively 64-bit.

2.9 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lahat

Alamat Disbudpar di Jl. Kol. H. Barlian, Bandar Jaya, Lahat, Ps. Lama, Kec. Lahat, Kabupaten Lahat, Sumatera Selatan 31412, Indonesia. Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata wilayah Kabupaten Lahat, Sumatera Selatan memiliki tugas untuk melaksanakan urusan pemerintahan Kabupaten Lahat dalam bidang budaya dan pariwisata berdasarkan asas otonomi daerahnya. Melalui kantor Dinas pariwisata dan kebudayaan atau yang disingkat Disparbud ini, berbagai urusan pemerintah daerah terkait bidang pariwisata dan kebudayaan dilakukan. Adapun tugas Disparbud adalah sebagai pelaksana urusan pemerintah daerah pada bidang pariwisata dan pelestarian budaya di wilayah kerjanya. Fungsi Disparbud ialah merumuskan kebijakan bidang pariwisata, kesenian, kebudayaan dan perfilman, penyelenggara

pariwisata dan kebudayaan, pembinaan dan pembimbingan pada pelaku pariwisata dan budaya di wilayah kerjanya, koordinator UPTD, hingga pelaporan dan koordinasi urusan pariwisata dan budaya.

2.10 Penelitian Sebelumnya

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian, sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Penelitian tentang video disertai animasi sudah banyak dilakukan, baik sebagai media infoemasi, komunikasi, bahkan promosi.

Berikut merupakan penelitian sebelumnya :

Tabel 2.1 Daftar Jurnal Penelitian Sebelumnya

Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Data	Hasil
RM. Chairil Andri (Tahun 2017)	Video Profil dengan Pendekatan <i>Motion Graphic</i> Sebagai Sarana Promosi dan Media Informatif pada Program Studi Teknik Telekomunikasi D4 Politeknik Negeri Sriwijaya	Tugas Akhir, Politeknik Negeri Sriwijaya	Pada jurnal ini berisikan mengenai video profil Program Studi Teknik Telekomunikasi D4 Politeknik Negeri Sriwijaya, dengan pendekatan <i>motion graphic</i> dan metode <i>live shot</i> sebagai informasi kepada masyarakat

Chendy Jeane Beatrix (Tahun 2015)	Desain <i>Motion Graphic</i> PAHLAWAN NASIONAL DR. GERUNGAN SAUL SAMUEL JACOB RATULANGI	UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA TANGERANG	Jurnal ini berisikan tentang perancangan video <i>Motion</i> <i>Graphics</i> sebagai Ilmu Pengetahuan tentang salah satu pahlawan nasional, Dr. Gerungan Saul Samuel Jacob Ratulangi. Berbeda dengan buku, penulis akan membuat video digital berupa <i>Motion</i> <i>Graphics</i> .
---	---	---	---